

Wer?

- Bauern / Bäuerinnen aus der Region
- Bauernhöfe mit verschiedenen Themenschwerpunkten

Für wen?

- heimische Bevölkerung
- Gäste Hotellerie
- Kundschaften der Direktvermarkter etc

Was?

- Franziska und Team
 - Regionale Projektkoordination
 - Zeitplan / Ausarbeitung
 - Gerüst, Info schreiben
 - OB / STV weiterleiten
 - Bauernhöfe
 - Erste Rückmeldung (1 Woche Frist – Wer macht mit?)
 - Zusammenkunft und Aussprache

Eine Spurensuche nach etwas neuem!

Kikariki®

„Kulinarischer Weckruf am Ausserferner Bauernhof“

Wo?

- Bauernhöfe mit Themenschwerpunkten – Kräuter, Käse, Traditionelles Tennen, Stallungen, Garagen (genügend Helfer)
- ca. 100 Gäste und mehr + Anmeldung und bei schlechtem Wetter

Zukunft

- Koordination der regionalen Produkte und Projekte durch den Bauernladen – Weltladen

Wie?

- Zusammenarbeit mit Landwirtschaftsnahen Zweigen (Sennereien, Bäckerei, Metzger, Bauer(regional)...))
- Rahmenprogramm / Kinderprogramm
 - Deko – eigene kreative Gestaltung
 - Gewinnspiel

Organisatorisches

- Ausreichend Parkplätze (wenn nicht...Nachbar fragen)
- Kein Pappkarton, sonder ordentliches Geschirr + Gläser
- Sanitäre Anlagen
- Versicherungen (LK org.)
- Zeitraum 9-13 Uhr Sonntags
- Alkoholisches ab 11 Uhr
- Zahlssystem / Stempel (individuell)
- Werbepresente

Regionale

- Bindeglied / Stadt - Land aufbauen
- Annäherung Konsument + Produzent – vor allem Tourismus
- Wertschöpfung der regionalen Produkte ankurbeln
- Vorurteile Konsument – Bauer abbauen
- Qualitätsbewusstsein fördern
- Erlebnis Tierhaltung präsentieren
- Gesunde Ernährung

**Z
I
E
L
E**

Bauern

- Produkte den Konsumenten näher bringen
- Neue Kunden gewinnen - **Tourismus**
- Aufgaben und Bedeutung der heimischen Landwirtschaft für Natur, Umwelt und gesunde Ernährung dem Konsumenten näher bringen
 - Frühstück als jährliches Ereignis etablieren!

Finanzen – Bewerbung – Richtlinien

- Öffentlichkeitsarbeit durch die LK eventuell Leader
 - ORF / Land & Leute
 - Presse
 - Pressekonferenz
 - Plakate in allen Gemeinden
 - Werbekarten mit Auflistung der einzelnen Höfe
- Vorgegebenen Richtlinien sollen von Seiten der Kammer festgelegt werden
 - Preise
 - Standardangebote
 - **G E W I N N S P I E L**

Gesetze und Richtlinien

- BH informieren
- Lebensmittel – Hygienekontrolle
- Versicherungen / Bündel
- Sponsoren

Projekt

Kulinarischer Weckruf auf Ausserferner Bauernhöfe

"Kikariki" am Bauernhof"

Einführung

Für einen Großteil der Tiroler Bevölkerung ist die Stadt der Lebensraum. Der Anteil der bäuerlichen Bevölkerung vermindert sich unter dem Druck von Wirtschaft, neuer Agrarpolitik und Globalisierung zusehends. Diese Herausforderungen sind auch eine Chance zur Annäherung von Bauern und Konsumenten. Um die Bande zwischen Stadt und Land zu festigen wurde am ersten Sonntag im Juli 2007 das Projekt "Kikariki am Bauernhof" erstmalig im Außerfern durchgeführt.

Die Menschen sollten die Gelegenheit bekommen, auf diese Weise die verschiedenen Facetten der Landwirtschaft kennen zu lernen. Im bäuerlichen Lebensbereich ist das Zusammenspiel zwischen Sozialem, Umwelt und Wirtschaft besonders ausgeprägt. In diesem Zusammenhang ist es für die Bäuerinnen und Bauern besonders wichtig, mit der übrigen Bevölkerung zu kommunizieren. Das "Bauernfrühstück" präsentierte sich als besonders attraktives Werbemittel für die Landwirtschaft.

Das „Bauernfrühstück-Angebot“ soll in Zusammenarbeit mit örtlichen landwirtschaftsnahen Zweigen (z.B. Käsereien, Verarbeitungsgewerbe, Bäckereien, Metzgereien, Dienstleistungsbetrieben) aber auch Bauernhöfen durchgeführt werden.

Dazu konnten 5 Bauernbetriebe des Außerfern gewonnen werden, welche die notwendigen Voraussetzungen (genug Platz auch für Schlechtwettervariante) für die Durchführung der Aktion erfüllen.

Die Akteure

Die beteiligten Bauernfamilien sind die Hauptakteure des Brunch, der von der Landwirtschaftskammer (Referat Öffentlichkeitsarbeit, Theresia Gschösser und Projektleiterin Lisbeth Fritz) organisiert wird.

Richtlinien, welche das Lebensmittelgesetz, Richtpreise, Standardangebote, Zeitpläne etc. festlegen, werden an alle teilnehmenden Bauernfamilien verteilt.

Ein großer Teil des Angebotes (Dekoration, Rahmenprogramm etc.) wird der Phantasie und der Kreativität der einzelnen Bäuerinnen und Bauern überlassen. Jeder Hof soll im Durchschnitt mindestens 100 bis 150 Gäste (auch bei Schlechtwetter bewirten können)

Der Reinerlös vom Gemüsehof kommt dem
böhmischen Sozialfonds zugute

Ziele

- Ein Bindeglied zwischen Stadt und Land aufbauen
- Annäherung zwischen Konsumenten und Produzenten
- Dem Brunch als jährlichen Fixpunkt zu etablieren (gelungen)
- Absatz von bäuerlichen Produkten ankurbeln
- Vorurteile beim Konsumenten und Bauern abbauen
- Das Leben und die Arbeit am Bauernhof kennen lernen
- Qualitätsbewusstsein fördern
- Tierhaltung erleben

Ziele für die Teilnehmer

- Den Auftrag als Botschafter für die Landwirtschaft besser wahrnehmen, eigene Produkte dem Konsumenten näher bringen
- Neue Kunden für bäuerliche Produkte gewinnen
- Aufgaben und Bedeutung der heimischen Landwirtschaft für Natur, Umwelt etc. dem Konsumenten näher bringen

Werbung

Einen Anlass von dieser Größe kann nicht ohne Werbung durchgeführt werden. Sie besteht aus Inseraten in den Tageszeitungen und Gemeindeblättern. Ein Gewinnspiel im Rahmen des "Brunch" wird organisiert. Im Vorfeld erfolgt eine Pressekonferenz. In allen beteiligten Gemeinden wird im Vorfeld plakatiert. Alle Werbemaßnahmen werden von der Presseabteilung der Landwirtschaftskammer organisiert und teilweise über Sponsoren mit finanziert. Weiters sorgt die Presseabteilung für

- Inserate in Gemeindeblättern und Tageszeitungen
- Pressearbeit
- Erstellung einheitliche Wegweiser, Tischkärtchen etc., Reservierungskarten für die Tische,
- Einheitliches Brunch-Angebot
- Bereitstellen von Werbeplakaten (A2)
- Bereitstellung von Brunch Karten, Klebeetiketten, Bauernfrühstücks Tafeln (Plastik)
- Versicherung auf Wunsch

Anmeldung

Die Besucher melden sich telefonisch direkt bei den Bauernfamilien an und erhalten dort auch weitere Informationen. Besucher werden auch auf andere Brunchhöfe verwiesen. Eine gewisse Anzahl Besucher kommt unangemeldet.

Preise:

EURO 15 pro Person - Kinder und Familienpreise Vorort!

Kurzbeschreibung des Projektes

„Buurazmorga“ (Bauernfrühstück)

„Kikariki“, ein kulinarischer Weckruf - Auf den Spuren nach etwas Neuem – Geben Sie dem Bauernfrühstück Raum und entdecken Sie seine Stärken und Vorzüge!



Bauernfrühstück
Urig
Unterschiedlich
Regional
Andersartig
Zentralgesteuert
Miteinander
Organisiert
Rahmenprogramm
Gäste
Annäherung

Legende zum Projekt Kikariki „Außerfern“

Gesamtübersicht

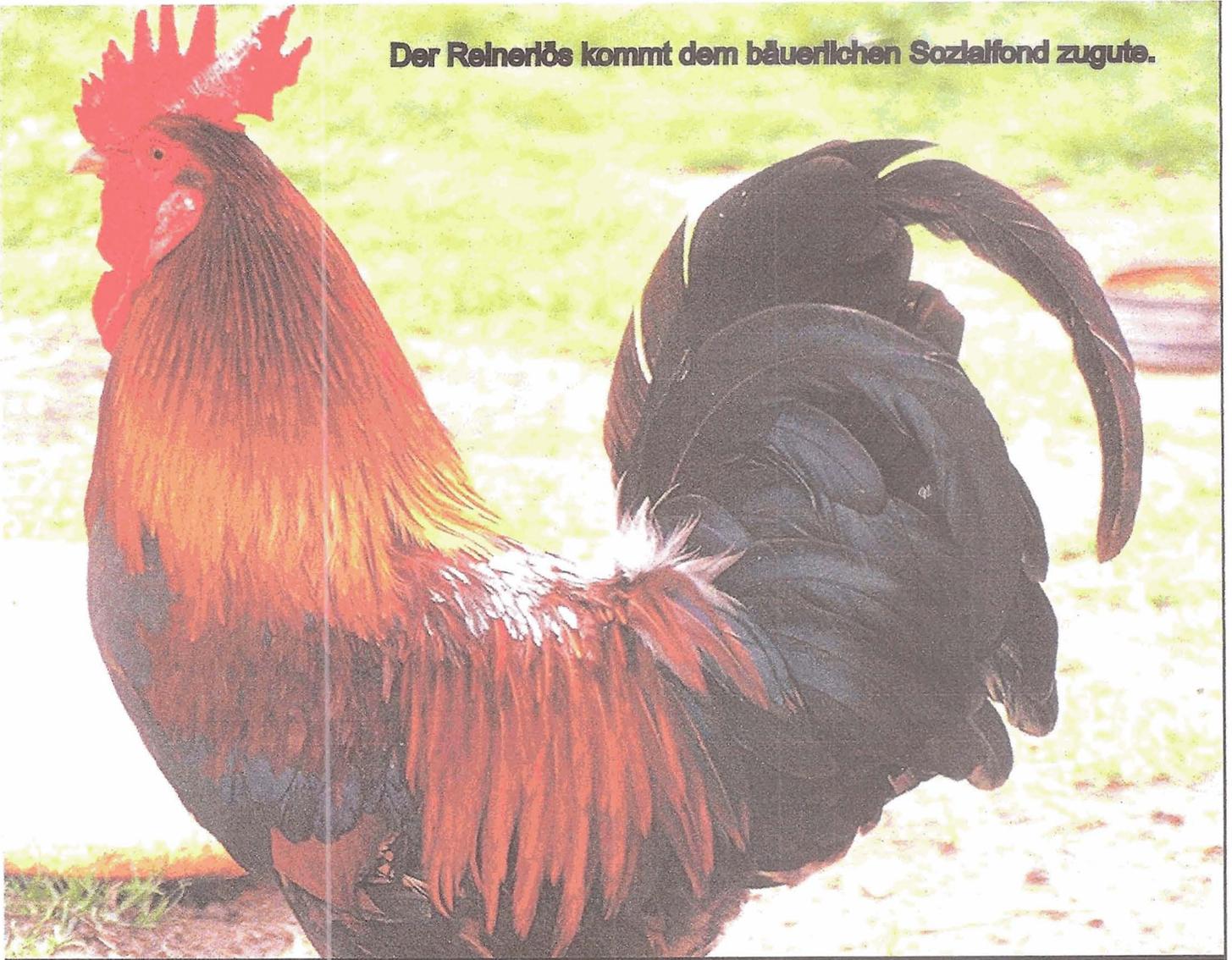
Jahr	Bauernbetriebe	Gäste	Brutto	Netto
2007	4	350		
2008	6	400		
2009	9	550		
2010	8	650		
2011	8	750		
2012	7	700		
2013	6	630		
2014	5	550		

„Kikeriki!“

Exemplarische Einzelübersicht: Lisbeth Fritz, Projektleiterin

Jahr	Bauernbetrieb	Gäste	Brutto in €	Netto in €
2007	Gehrnerhof	110		
2008	Gehrnerhof	220	3300	2200
2009	Gehrnerhof	220		
2010	Gehrnerhof	230		
2011	Gehrnerhof	240		
2012	Gehrnerhof	250		
2013	Gehrnerhof	250		
2014	111			

Der Reinerlös kommt dem bäuerlichen Sozialfond zugute.



lk

landwirtschaftskammer
tirol

„Kikariki!“

Kulinarischer Weckruf auf
dem Bauernhof/der Alm



Sonntag, 06. Juli 2014, von 8:30 bis 12:00 Uhr

„GEHRNERHOF“ - Familie Fritz

Gehren 5, 6767 Warth

Tel. 05583 36 02

Das Frühstück der etwas anderen Art: Lassen Sie den Tag mit kulinarischen Spezialitäten aus der Region beginnen. Wir freuen uns Sie verwöhnen zu dürfen!

„Buurazmorga“ heißt es bei Lisbeth und Franz Fritz

„Auf der Spurensuche nach etwas Neuen“

Viele Liebe Grüße

Lisbeth

Um **Voranmeldung** wird gebeten! Pauschalpreise für das Frühstück: Erwachsene 15,00 Euro, spezielle Kinder- und Familienpreise. Veranstaltung findet bei jeder Witterung statt. Für Unfälle wird nicht gehaftet. Genaue Informationen erhalten Sie auch unter: [www.lk-](http://www.lk-...)

Fragen zum Projekt

1. Worum geht es bei dem Projekt? Was ist der Inhalt?

Bauernfrühstück - als regionales Ereignis, Frühstückscatering mit Schwerpunktsetzung

Der „Buurazmorga“ trifft sich mit dem „Breakfast“, dem „Petit Déjeuner“ und dem „Prima Colazione“

2. Was war die Ausgangslage?

Die Basis für das neue, erweiterte Projekt, ist eine Gemeinschaftsarbeit von zunächst vier bäuerlichen Familienunternehmen der Tiroler Bäuerinnen Organisation. Das Ursprungsprojekt lautet

„Kikariki“ – kulinarischer Weckruf auf Außenferner Bauernhöfen

Nach 2 jähriger Vorbereitungszeit findet erstmals am 1. Juli 2007 unter dem obengenannten Motto auf vier Bauernhöfen ein Frühstück der etwas anderen Art statt (siehe Anhang).

Dieses Konzept von inzwischen 6 Bauernhöfen wird im Jahr 2009 vom Agrarmarketing Tirol 1:1 übernommen.

3. Was sind die Ziele des Projektes?

Während bei obengenanntem Projekt „Kikariki“ die Konsumenten, sprich Gäste ein Mal im Jahr zum Frühstück auf die Bauernhöfe kommen, möchte sich dieses neue Projekt zum Verbraucher hin bewegen und auf Wunsch, jeder Zeit abrufbereit sein. Aus dem engen Rahmen der einzelnen Bauernhöfe mit ihren unterschiedlichen Schwerpunkten, soll sich nun die neue Fassung auf Gasthöfe, Restaurants, Hotels, öffentliche Veranstaltungen und Messen, und damit natürlich auch auf den Tourismus erstrecken.

4. Wer ist Nutznießer?

- Bäuerliche Familienbetriebe
- Regionale landwirtschaftliche Gewerbe: Sennereien, Bäckereien, Metzgereien, Fruchtsaftbetriebe
- Konsumenten (Hotelleriegewerbe, Gäste)
- Regionen (touristische Aufarbeitung, Botschafter der Region)

5. Wie ist die weitere Entwicklung des Projektes?

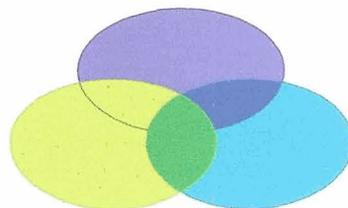
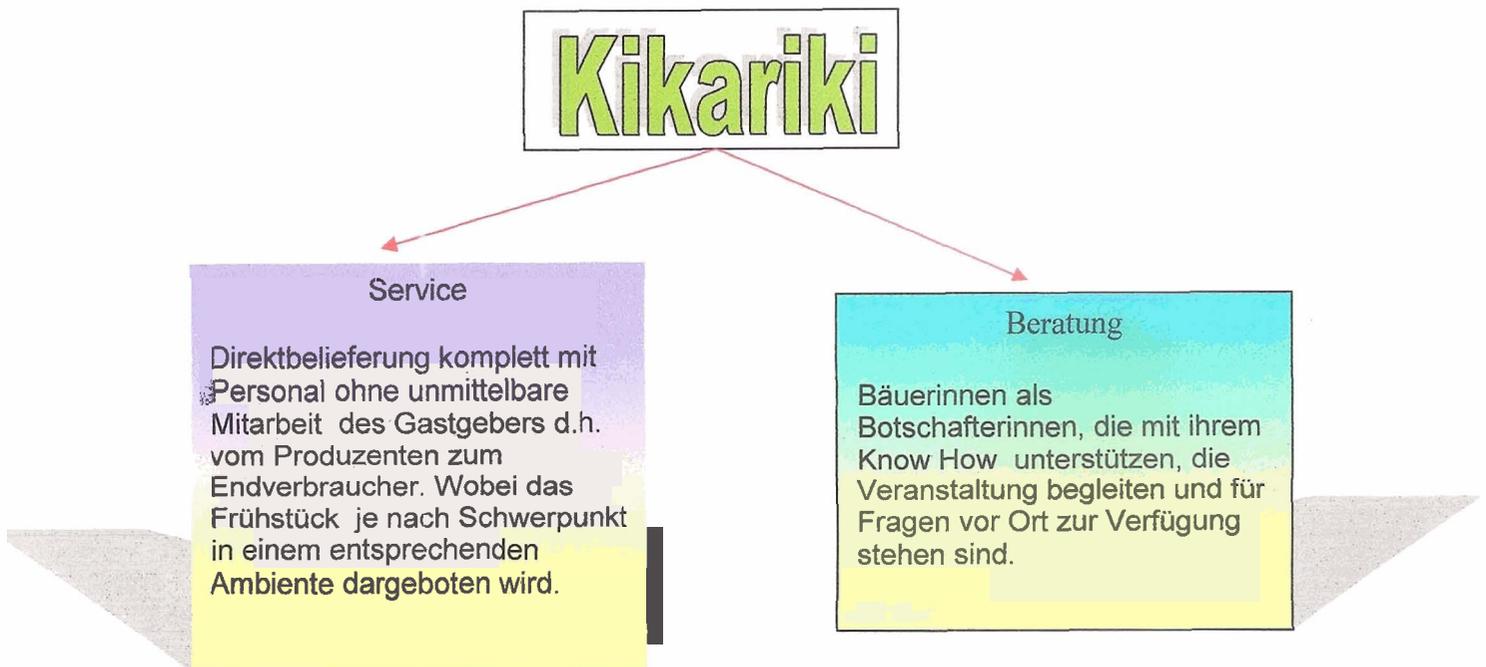
Der originale „Buurazmorga“, das Bauernfrühstück hat neben Kaffee, Kakao, Tee, Zucker nur Produkte aus der eigenen oder regionalen Herstellung und Je nach Schwerpunktsetzung unterschiedliche Gesichter. Aus der Vielzahl der unterschiedlichen Schwerpunkte wie zu Beispiel Kräutertees, Säfte wie Johannibeer- oder Holundersaft, unterschiedliche Brotsorten, Ziegen-oder Schafskäse. Riebel mit Heidelbeermus oder Hafenaib mit gesottenem Speck lassen Gedanken an ein Frühstück zu Großelternzeiten wach werden. Diese bunte Palette lässt sich durch das Hinzuziehen von örtlichen Betrieben beliebig erweitern.

6. Wie lässt sich das Projekt Einführen?

Internettauftritt: Wer – Was – Wo – Wann - Zu welchen Bedingungen

- Informationsbörse (öffentlicher Auftritt in Absprache mit dem Touristikbüro
 - ~ Präsentation eines Bauernfrühstücks
 - ~ geladene Gäste, Damen und Herren des Gastgewerbes
 - ~ Geschäftsleute
 - ~ Ehrenämtler

Das Projekt sieht eine Bewirtung von Jedermann vor, es könnte auch eine Belieferung z. B. von Familienfesten stattfinden.



Das Konzept lässt natürlich auch noch andere Variationen zu.

Wichtig für das Gelingen dieses neuen Projektes ist die Flexibilität der einzelnen Pool-Mitglieder und die ständige Pflege und Weiterentwicklung, die stets bedarfsorientiert und kundennah sein muss.

Partnerschaft zwischen Landwirtschaft und Tourismus

In den Köpfen der Beteiligten weis man es seit langem, man muss eine Lebensgemeinschaft, eine Symbiose zwischen Landwirtschaft und Tourismus schaffen, die als qualitative Basis für eine florierende Wirtschaft in der Bergregion dienen soll.

z. Zt. lautet noch die Devise: Tourismus ist nicht alles - Ohne Tourismus ist Alles nichts!

Diese derzeitige teilweise Dominanz des Tourismus muss zur Stärkung der Landwirtschaft herangezogen werden, damit dadurch eine gleichwertige Partnerschaft entsteht, die von einem respektvollen Umgang miteinander geprägt ist.

Was bedeutet das? Die Notwendigkeit des gemeinsamen Handelns einsehen – Stärken bündeln, Schwächen abbauen – Regionale Strukturen erkennen und sie sanft entwickeln – Pflege der heimischen Kultur Tradition und Moderne.

Einen Schmelztiegel schaffen, in den die Partner, Mensch und Natur ihre Zutaten einbringen.

- Wasser und Sonnenlicht zur Energiegewinnung für eine intakte Land(wirt)schaft, hochwertige Bioprodukte durch die Bergbauern, die Bereitschaft der Hotellerie und des Handels, sie zu kaufen, zu verarbeiten und zu präsentieren, ausgewogene Bebauungspläne, Bettenanzahl, Erschließung von Straßenbau und Liftanlagen, Pflege der vorhandenen Landschaft und alte Bausubstanz, usw. und dies Alles zu einer Mischung zusammen zu bringen, die dem Einklang von Natur und Mensch dient. Die verhindert, dass die Stärkung des einen zur Schwächung des anderen führt. Das Ziel sollte sein, eine lebendige Bergregion zu schaffen mit gleichwertigen Partnern, die auch eine zeitweise Dominanz des einen zum Wohle des Ganzen einschließt.

Die Natur bestimmt diesen Rhythmus (diese Verschiebung), geprägt durch die vier Jahreszeiten.

Bezirksbäuerin Lisbeth Fritz Gehren – 27.08.2014

„Buurazmorga“ (Bauernfrühstück) Buffet 2014

Produkte aus der Region: Saisonal - nach Jahreszeit

AB HOF VERKAUF ! Nach Vereinbarung.

Brot und Gebäck: Vollkorn – Hausbrot – Nußbrot - Nußzopf – Mohnzopf – Linzer - Sacherschmitte (Gehrnerhof).

Restliches Gebäck , Backstube Lech, Bäckerei Walsenberg, Resch und Frisch (Vollkornweckerl)

Schätze aus der Natur: Für Sie entdeckt :Dinkel, Hirse, Leinsamen, Sesam, Sonnenblumen, Weizenkleie , Kräuter von der Alm.

Milchprodukte: Bergmozzarella – Liebeskäse mit und ohne Kräuter
Topfenaufstrich - Joghurt – Milch Weißes Gold ((Gehrnerhof).Ziegenkäse -
Senftlechner Peter (Ehrwald).Bergkäse – Butter -Dorfsennerei Warth.
Winzling – Herzkäse – Romandour (Sennerei Soja Steeg)

Herzhaftes: Schinkenspeck – Bauchspeck – Äplerbündner – Ossocolo - diverse
Wurstsorten (Gehrnerhof). Gesottener Speck – Haussulz- gekochter Schinken
(Wäldermetzge.)

Marmelade – Schoko und Karamelcreme (Gehrnerhof)

Obst: Erdbeeren und sonstiges Obst Rainer Höchst.– Heidelbeeren Franziska Strolz.

Schmankerln: Hafenzauberg – Heidelbeersauce- Riebel (Gehrnerhof)

Getränke: Most – Apfelsaft (Löwen Alberschwende). Sirupe – Kräutertee- Milch-
(Gehrnerhof) Kaffee .

Eier : Markos kleine Hühnerfarm – Zur Zeit haben unsere Hühner Sommerpause.
Gutheinz Traudl Zöblen , Kützler Hörbranz.

Alles vermag ich

durch den,

der mir die Kraft gibt: „Jesus Christus“^{Philipp 4,13}





Wie viel Liter Wasser trinkt eine Milchkuh durchschnittlich im Jahr?

- 21.200 l 25.200 l 29.200 l

Name: _____

Anschrift: _____

Telefon: _____

e-mail: _____



Wie viel Liter Wasser trinkt eine Milchkuh durchschnittlich im Jahr?

- 21.200 l 25.200 l 29.200 l

Name: _____

Anschrift: _____

Telefon: _____

e-mail: _____



Wie viel Liter Wasser trinkt eine Milchkuh durchschnittlich im Jahr?

- 21.200 l 25.200 l 29.200 l

Name: _____

Anschrift: _____

Telefon: _____

e-mail: _____



Wie viel Liter Wasser trinkt eine Milchkuh durchschnittlich im Jahr?

- 21.200 l 25.200 l 29.200 l

Name: _____

Anschrift: _____

Telefon: _____

e-mail: _____

